LE POINT EN RECHERCHE

Août 2004

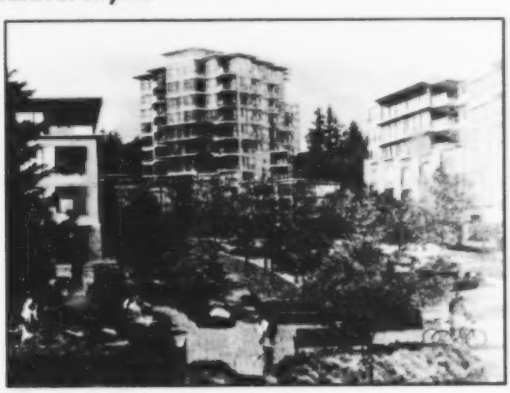
Série socio-économique 04-022

UNIVERCITY : ÉVALUATION DE LA DEMANDE DES CONSOMMATEURS À L'ÉGARD DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

CONTEXTE

La UniverCity est une nouvelle collectivité qu'on aménage à l'heure actuelle sur le campus de la Simon Fraser University (SFU) à Burnaby, en Colombie-Britannique. On prévoit y implanter une collectivité durable qui logera en définitive 10 000 résidents dans 4 500 logements, et comprendra environ 250 000 pi² d'espaces à bureau et de vente au détail. Simon Fraser UniverCity Community Corporation est une filiale à part entière de la SFU et est le promoteur immobilier du projet.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) travaille fréquemment de concert avec les intervenants locaux et autres partenaires publics et privés afin de favoriser un plus grand choix de logement, d'améliorer l'abordabilité ou de soutenir l'innovation. De manière à soutenir l'adoption par le marché des principes de la Maison saine^MC, et pour encourager les promoteurs « à faire leur part » au chapitre des économies d'énergie accrues, de l'amélioration de la qualité de l'air intérieur, et de l'économie de l'eau, la SCHL, le district régional de Vancouver (GVRD), Ressources naturelles Canada et la UniverCity participaient à une charrette de conception intégrée en septembre 2002. Cette dernière a fourni l'occasion aux promoteurs et à leur équipe de conception de découvrir des façons d'intégrer les directives visant les *bâtiments écologiques* de la UniverCity dans trois propositions d'aménagement. Vous trouverez une version électronique des directives de conception à l'adresse **www.univercity.ca**



Vue d'artiste de la UniverCity, phase 1
Photo gracieuseté de la UniverCity Community Corporation

Des experts ayant une solide expérience du processus de conception intégré ont servi de facilitateurs et ont fourni leur soutien aux équipes de conception. Des personnes-ressources se sont greffées aux équipes de conception des promoteurs et ont apporté leur savoir-faire en matière d'arpentage, d'aménagement paysager, de durabilité, d'énergie solaire, de réglementation municipale et de services publics.

À mesure que progressait la charrette de deux jours, plusieurs participants ont noté le manque sensible d'information portant sur la demande du marché pour le logement « plus écologique », plus sain et plus durable. Puisque certains éléments de la conception des bâtiments « écologiques » peuvent être plus coûteux au chapitre des immobilisations, il est crucial de connaître le niveau d'intérêt du consommateur et sa disposition à payer davantage pour de telles caractéristiques. À titre d'un des commanditaires de cet événement, la SCHL s'est engagée à mener une enquête afin de quantifier la demande des consommateurs pour les Maisons saines et ainsi démystifier et apporter un éclairage sur le débat ayant cours sur le cheminement des consommateurs par rapport au développement durable. L'étude dont il est question ici a été conçue de manière à repérer les caractéristiques qui intéressent les consommateurs, et dans quelle mesure ils seraient prêts à payer davantage pour les obtenir.

OBJECTIFS

L'enquête avait pour objectifs :

- De déterminer le niveau de la demande pour habiter dans une collectivité résidentielle de moyenne densité (allant de maisons en rangée de 3 étages à des tours d'habitation en copropriété de 12 étages).

SCHL CMHC

AU COEUR DE L'HABITATION

Canada

63527

- De situer le niveau de la demande et de la disposition à payer pour un aménagement urbain qui incorpore les principes de la Maison saine de la SCHL.
- De quantifier le niveau de demande et de la disposition à payer pour des caractéristiques particulières de la Maison saine, comme les pratiques de construction respectueuses de l'environnement, les matériaux de finition sains, une plus grande efficacité énergétique et les logements flexibles.
- De cerner les canaux de distribution et le matériel de promotion les plus efficaces pour ce groupe de consommateurs.
- De segmenter la demande en fonction de projets particuliers (par ex. la UniverCity), par rapport à la demande pour habiter un ensemble traditionnel ailleurs à Vancouver.

MÉTHODE

Les travaux ont été répartis en deux étapes :

Étape qualitative – Mars 2003	**Étape qualitative –** Avril, mai 2003
Entrevues auprès de groupes de discussion	**Enquête téléphonique**
Deux rencontres de groupes de discussion ont été tenues afin d'améliorer le texte du questionnaire d'enquête pour la Maison saine.	Étaient compris les résidents dans les limites du district régional de Vancouver (GVRD) qui songent à acheter une maison d'ici les cinq prochaines années.

Pour mieux comprendre la demande à l'égard des aménagements résidentiels durables, la SCHL (en consultation avec la firme d'études de marché POLLARA[MC]) a mené un sondage auprès de consommateurs qui avaient l'intention d'acheter une maison. Au total, 150 entrevues par téléphone ont été menées auprès de résidents du GVRD qui comptent acheter une maison d'ici les cinq prochaines années. Toutes les entrevues ont été dirigées par le centre de télé-recherche de POLLARA à Vancouver, entre le 23 avril 2003 et le 11 mai 2003. On a présélectionné les répondants de manière à ne considérer que les répondants qui étaient susceptibles ou très susceptibles d'acheter une maison dans les cinq prochaines années. La marge d'erreur pour un échantillon de 150 personnes est de ±8 %, 19 fois sur 20.

Le sondage téléphonique constitue la deuxième étape de cette initiative de recherche commandée. La première étape, menée en février 2003, était de nature qualitative et a consisté en deux groupes de discussion d'acheteurs potentiels de la vallée du bas Fraser. Les résultats de la recherche qualitative ont été employés pour élaborer le contenu du questionnaire subséquent. Le rapport définitif renferme les constatations clés des groupes de discussion.

Ordre des questions

Section	**Sujet/Description**	**Nbre de questions**
Généralités	Questions relatives à l'admissibilité	3
	Situation de vie courante	1
	Éléments importants lors de l'achat d'une maison	2
Maison saine	Qualité de l'air intérieur/ventilation à haute efficacité	3
	Efficacité énergétique	4
	Économie de l'eau	3
	Matériaux de construction/énergie de production	4
	Adaptations de logement	2
	Transport et stationnement	4
Particularité de la UniverCity	Connaissance/intérêt pour la UniverCity à la SFU	2
	Attrait des principes de la Maison Saine	2
Disposition à payer	Volonté à payer 2 %, 5 % ou 10 % de plus pour une maison dotée de caractéristiques de la Maison saine	2
Démographie	Âge, propriétaire ou à loyer, niveau d'éducation, état civil, revenu du ménage	6
	Nbre total de questions	**38**

Les entrevues ont été menées partout dans la vallée du bas Fraser afin d'obtenir un échantillon géographique représentatif.

CARACTÉRISTIQUES DES HABITATIONS QUE LES CONSOMMATEURS TROUVENT IMPORTANTES

De manière à connaître les caractéristiques d'habitations que les consommateurs trouvent importantes lorsqu'ils s'intéressent à l'achat d'une maison, on leur a lu une liste de caractéristiques et on leur a demandé de coter l'importance de chacune. La cote est fondée sur une échelle de 1 à 10, où 1 indique qu'il s'agit d'un élément sans aucune importance et 10 d'un élément extrêmement important.

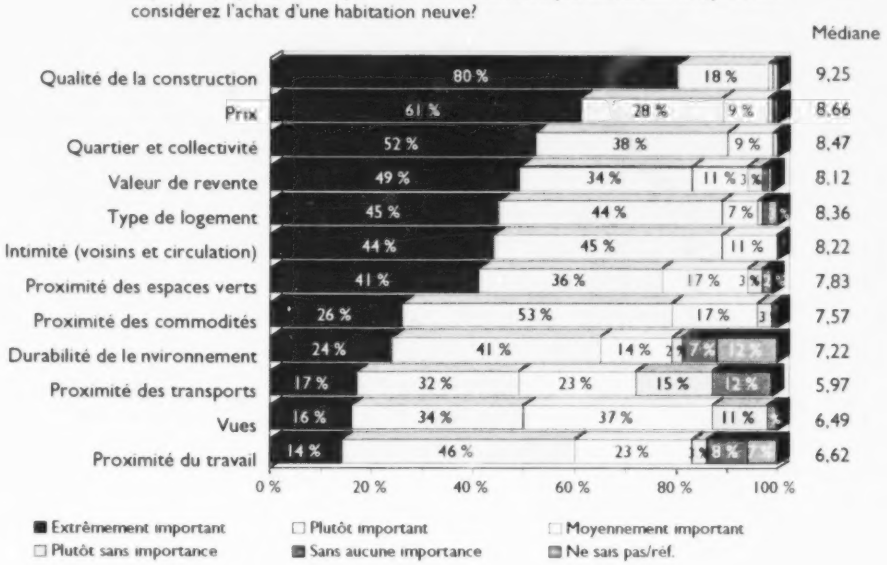
Selon les répondants, la « qualité de la construction » est la caractéristique la plus importante à considérer lors de l'achat d'une maison neuve, puisqu'elle a reçu la cote moyenne la plus élevée de 9,3 sur 10. Les caractéristiques importantes sont données ci-dessous (en ordre décroissant) :

- Qualité de construction (cote moyenne de 9,3 sur 10)
- Prix de la maison (cote moyenne de 8,7)
- Quartier et qualité communautaire (cote moyenne de 8,5)
- Type de logement (cote moyenne de 8,4)
- Intimité (voisins et circulation) (cote moyenne de 8,2)
- Valeur de revente (cote moyenne de 8,1)
- Proximité des espaces verts et des parcs (cote moyenne de 7,8)
- Proximité des commodités comme les écoles, les épiceries, les magasins, les boutiques, etc. (cote moyenne de 7,6)
- **Durabilité de l'environnement** (cote moyenne de 7,2)
- Proximité du travail (cote moyenne de 6,6)
- Vues (cote moyenne de 6,5)
- Proximité des options de transport (aérotrain, autobus, etc.) (cote moyenne de 6,0)

La « durabilité de l'environnement » apparaît plus loin dans la liste par ordre décroissant d'importance. Cette cote relativement plus faible est sans doute due au fait que la question apparaît au tout début du sondage, avant qu'une série de questions informatives sur la Maison saine ne soient posées. À ce moment dans l'enquête, les répondants étaient peut-être incertains de la signification de l'expression durabilité de l'environnement.

Caractéristiques importantes des habitations (n=150)

Question : Sur une échelle de 1 à 10 (où 1 égale sans aucune importance et 10 égale extrêmement important), quelle est l'importance des caractéristiques suivantes lorsque vous considérez l'achat d'une habitation neuve?



Taille de l'échantillon de l'enquête téléphonique - 150 répondants

Les entrevues ont été menées partout dans la vallée du bas Fraser afin d'obtenir un échantillon géographique représentatif.

CARACTÉRISTIQUES DES HABITATIONS QUE LES CONSOMMATEURS TROUVENT IMPORTANTES

De manière à connaître les caractéristiques d'habitations que les consommateurs trouvent importantes lorsqu'ils s'intéressent à l'achat d'une maison, on leur a lu une liste de caractéristiques et on leur a demandé de coter l'importance de chacune. La cote est fondée sur une échelle de 1 à 10, où 1 indique qu'il s'agit d'un élément sans aucune importance et 10 d'un élément extrêmement important.

Selon les répondants, la « qualité de la construction » est la caractéristique la plus importante à considérer lors de l'achat d'une maison neuve, puisqu'elle a reçu la cote moyenne la plus élevée de 9,3 sur 10. Les caractéristiques importantes sont données ci-dessous (en ordre décroissant) :

- Qualité de construction (cote moyenne de 9,3 sur 10)
- Prix de la maison (cote moyenne de 8,7)
- Quartier et qualité communautaire (cote moyenne de 8,5)
- Type de logement (cote moyenne de 8,4)
- Intimité (voisins et circulation) (cote moyenne de 8,2)
- Valeur de revente (cote moyenne de 8,1)
- Proximité des espaces verts et des parcs (cote moyenne de 7,8)
- Proximité des commodités comme les écoles, les épiceries, les magasins, les boutiques, etc. (cote moyenne de 7,6)
- **Durabilité de l'environnement** (cote moyenne de 7,2)
- Proximité du travail (cote moyenne de 6,6)
- Vues (cote moyenne de 6,5)
- Proximité des options de transport (aérotrain, autobus, etc.) (cote moyenne de 6,0)

La « durabilité de l'environnement » apparaît plus loin dans la liste par ordre décroissant d'importance. Cette cote relativement plus faible est sans doute due au fait que la question apparaît au tout début du sondage, avant qu'une série de questions informatives sur la Maison saine ne soient posées. À ce moment dans l'enquête, les répondants étaient peut-être incertains de la signification de l'expression durabilité de l'environnement.

Caractéristiques importantes des habitations (n=150)

Question : Sur une échelle de 1 à 10 (ou 1 égale sans aucune importance et 10 égale extrêmement important), quelle est l'importance des caractéristiques suivantes lorsque vous considérez l'achat d'une habitation neuve?

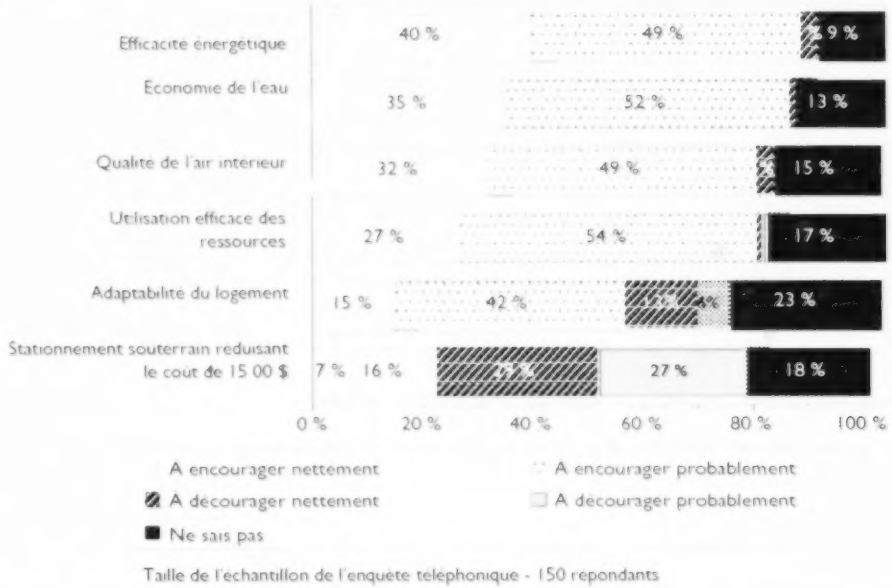
Taille de l'échantillon de l'enquête téléphonique - 150 répondants

INTÉRÊT DU CONSOMMATEUR À L'ÉGARD DE LA MAISON SAINE

On a indiqué aux répondants que quelques maisons nouvellement construites comportaient un certain nombre de caractéristiques et d'avantages qu'on ne trouve pas dans les maisons plus anciennes. On les a également informés que ces caractéristiques fournissent des avantages dans le domaine de la qualité de l'air intérieur, l'efficacité énergétique, l'économie de l'eau, l'utilisation efficace des ressources, l'adaptabilité de la maison, et le transport et la réduction des espaces de stationnement. Au moyen d'une échelle d'évaluation qui va de « à encourager nettement, à encourager probablement, à décourager probablement, à décourager nettement ou aucune incidence », on a demandé aux répondants de coter l'attrait de différentes caractéristiques de la Maison saine exprimé comme bénéfice avec ses coûts connexes[1]. En juxtaposant une caractéristique durable et son coût, on a déterminé l'attrait global de la caractéristique. Dans l'ensemble, les caractéristiques liées à l'efficacité énergétique génèrent le plus d'intérêt, puisque 89 % des répondants ont indiqué que ces caractéristiques influeraient sur leur décision d'acheter une maison. L'attrait de ces caractéristiques tient probablement au potentiel d'économies à long terme.

[1] Les coûts ont été élaborés en collaboration avec Rethinking Building Inc., un consultant en bâtiments écologiques de Vancouver. Ils ont été tirés d'analyses d'études de cas de projets semblables. Compte tenu du fait que les coûts varient grandement suivant le type de bâtiment, l'emplacement, etc., les coûts ont été donnés « par caractéristique » et ne sont présentés qu'à titre indicatif afin de mettre la question en contexte.

Cotes globales des caractéristiques de la Maison saine (n=150)



Taille de l'échantillon de l'enquête téléphonique - 150 répondants

Les caractéristiques en deuxième rang d'importance comprennent l'économie de l'eau, la qualité de l'air et une ventilation améliorées et l'utilisation efficace des ressources, avec 81 à 87 % des répondants indiquant que ces caractéristiques influeraient sur leur décision d'acheter une maison.

Par contre, seulement 57 % d'entre eux ont répondu que la présence d'éléments d'adaptabilité les inciterait à se décider à acheter une maison. Cet attrait moins important suggère que bien que ces éléments offrent une plus grande souplesse, leur coût additionnel les détourne de la décision d'achat. Des données directionnelles suggèrent que les acheteurs de maisons qui s'intéressent le plus aux adaptations de logement comme les appartements accessoires et les bureaux à domicile sont les accédants à la propriété et ceux de moins de 35 ans.

C'est ce groupe d'acheteurs qui comprend la logique d'acheter un logement offrant un appartement accessoire ou un bureau à domicile conforme au Code du bâtiment.

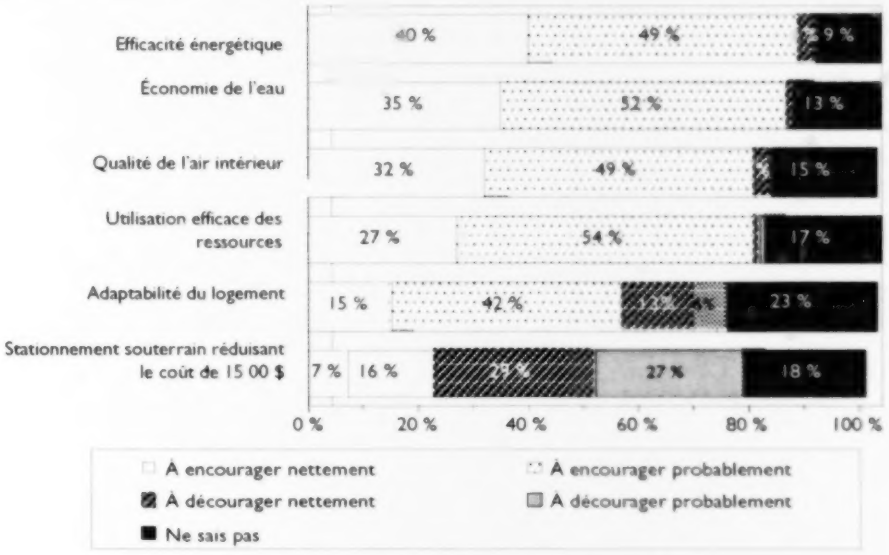
En revanche, seulement 23 % des répondants ont indiqué que les économies découlant du nombre réduit de places de stationnement souterraines les inciteraient à se décider à acheter. De prime abord, il semble qu'un nombre de place de stationnement moins élevé puisse décourager plus d'acheteurs potentiels que d'en encourager. Manifestement, un grand nombre d'acheteurs tiennent à leurs véhicules, et convaincre ces acheteurs d'abandonner leur véhicule serait difficile. Toutefois, puisque près du quart des répondants (23 %) *sont* prêts à laisser tomber la place de stationnement souterraine, on ne peut que s'en réjouir, compte tenu du niveau élevé d'utilisation des véhicules automobiles au Canada.

INTÉRÊT DU CONSOMMATEUR À L'ÉGARD DE LA MAISON SAINE

On a indiqué aux répondants que quelques maisons nouvellement construites comportaient un certain nombre de caractéristiques et d'avantages qu'on ne trouve pas dans les maisons plus anciennes. On les a également informés que ces caractéristiques fournissent des avantages dans le domaine de la qualité de l'air intérieur, l'efficacité énergétique, l'économie de l'eau, l'utilisation efficace des ressources, l'adaptabilité de la maison, et le transport et la réduction des espaces de stationnement. Au moyen d'une échelle d'évaluation qui va de « à encourager nettement, à encourager probablement, à décourager probablement, à décourager nettement ou aucune incidence », on a demandé aux répondants de coter l'attrait de différentes caractéristiques de la Maison saine exprimé comme bénéfice avec ses coûts connexes[1]. En juxtaposant une caractéristique durable et son coût, on a déterminé l'attrait global de la caractéristique. Dans l'ensemble, les caractéristiques liées à l'efficacité énergétique génèrent le plus d'intérêt, puisque 89 % des répondants ont indiqué que ces caractéristiques influeraient sur leur décision d'acheter une maison. L'attrait de ces caractéristiques tient probablement au potentiel d'économies à long terme.

[1] Les coûts ont été élaborés en collaboration avec Rethinking Building Inc., un consultant en bâtiments écologiques de Vancouver. Ils ont été tirés d'analyses d'études de cas de projets semblables. Compte tenu du fait que les coûts varient grandement suivant le type de bâtiment, l'emplacement, etc., les coûts ont été donnés « par caractéristique » et ne sont présentés qu'à titre indicatif afin de mettre la question en contexte.

Cotes globales des caractéristiques de la Maison saine (n=150)



Taille de l'échantillon de l'enquête téléphonique - 150 répondants

Les caractéristiques en deuxième rang d'importance comprennent l'économie de l'eau, la qualité de l'air et une ventilation améliorées et l'utilisation efficace des ressources, avec 81 à 87 % des répondants indiquant que ces caractéristiques influeraient sur leur décision d'acheter une maison.

Par contre, seulement 57 % d'entre eux ont répondu que la présence d'éléments d'adaptabilité les inciterait à se décider à acheter une maison. Cet attrait moins important suggère que bien que ces éléments offrent une plus grande souplesse, leur coût additionnel les détourne de la décision d'achat. Des données directionnelles suggèrent que les acheteurs de maisons qui s'intéressent le plus aux adaptations de logement comme les appartements accessoires et les bureaux à domicile sont les accédants à la propriété et ceux de moins de 35 ans.

C'est ce groupe d'acheteurs qui comprend la logique d'acheter un logement offrant un appartement accessoire ou un bureau à domicile conforme au Code du bâtiment.

En revanche, seulement 23 % des répondants ont indiqué que les économies découlant du nombre réduit de places de stationnement souterraines les inciteraient à se décider à acheter. De prime abord, il semble qu'un nombre de place de stationnement moins élevé puisse décourager plus d'acheteurs potentiels que d'en encourager. Manifestement, un grand nombre d'acheteurs tiennent à leurs véhicules, et convaincre ces acheteurs d'abandonner leur véhicule serait difficile. Toutefois, puisque près du quart des répondants (23 %) *sont* prêts à laisser tomber la place de stationnement souterraine, on ne peut que s'en réjouir, compte tenu du niveau élevé d'utilisation des véhicules automobiles au Canada.

La prochaine section présente un résumé des réponses au sondage relatif à l'attrait que représentent les caractéristiques particulières de la Maison saine.

EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

On a lu aux répondants une liste d'avantages découlant de l'amélioration de l'efficacité énergétique des maisons neuves. L'intérêt plus grand pour ces caractéristiques suggère que les consommateurs reconnaissent les économies à long terme qu'il est possible de réaliser par l'amélioration de l'efficacité énergétique.

% des répondants qui indiquent que la caractéristique influerait sur leur décision d'achat	**Répartition**	**Caractéristique telle que décrite dans le sondage téléphonique**
95 %	61 % sans aucun doute 34 % probablement	Appareils éconergétiques qui économisent l'énergie et l'eau
87 %	51 % sans aucun doute 36 % probablement	Compteurs individuels et thermostats programmables permettant de contrôler la consommation d'énergie et les coûts de chauffage
76 %	33 % sans aucun doute 43 % probablement	Isolation plus élevée, murs extérieurs et toiture plus étanches, et fenêtres et portes à haute efficacité qui laissent s'échapper moins de chaleur de la maison
74 %	34 % sans aucun doute 40 % probablement	Installation de chauffage à l'eau chaude à haute efficacité au lieu de plinthes électriques

ÉCONOMIES DE L'EAU

L'incidence des caractéristiques liée à l'économie de l'eau domestique a également été examinée. Les résultats révèlent que les trois caractéristiques mentionnées durant le sondage influeraient positivement sur la décision d'acheter.

% des répondants qui indiquent que la caractéristique influerait sur leur décision d'achat	**Répartition**	**Caractéristique telle que décrite dans le sondage téléphonique**
89 %	58 % sans aucun doute 31 % probablement	Aménagement paysager à faible consommation d'eau pour économiser l'eau et réduire l'entretien
87 %	50 % sans aucun doute 37 % probablement	Recyclage des eaux pluviales pour irriguer les jardins, ce qui permet d'économiser l'eau potable et réduire la surcharge des installations d'égout
75 %	43 % sans aucun doute 32 % probablement	Appareils de plomberie à faible débit (par ex. toilettes à double chasse et aérateurs fixés aux robinets) qui permettent d'économiser l'eau

QUALITÉ DE L'AIR INTÉRIEUR

Une liste de caractéristiques destinées à améliorer la qualité de l'air et la ventilation a été lue aux répondants, puis on leur a demandé dans quelle mesure chaque caractéristique influerait positivement sur leur décision d'achat. Les caractéristiques liées à la qualité de l'air intérieur ont été relativement bien cotées, ce qui laisse entrevoir que les acheteurs sont prêts à payer pour des caractéristiques qu'ils perçoivent comme étant bénéfiques pour leur santé.

% des répondants qui indiquent que la caractéristique influerait sur leur décision d'achat	**Répartition**	**Caractéristique telle que décrite dans le sondage téléphonique**
79 %	41 % sans aucun doute 38 % probablement	Des revêtements de sol en parquet ou en carreaux de céramique qui sont plus faciles à nettoyer que les moquettes et qui empêchent l'accumulation d'irritants respiratoires et de saletés
75 %	35 % sans aucun doute 40 % probablement	Matériaux ne dégageant pas d'émissions qui réduisent les polluants dans l'air et réduisent au minimum les allergies et les problèmes respiratoires
75 %	33 % sans aucun doute 42 % probablement	Installations de ventilation à haute efficacité qui font en sorte que l'air qui entre dans la maison est aussi propre que possible et diffusé uniformément dans toutes les pièces

UTILISATION EFFICACE DES RESSOURCES

Des questions portant sur l'utilisation efficace des ressources ont également été posées. La caractéristique la plus attrayante dans ce domaine est le compostage et le recyclage, avec 91 % des répondants qui ont indiqué que cela influerait positivement sur leur décision d'acheter. L'attrait élevé que suscite cette caractéristique est peut-être en partie dû à son faible coût initial et à l'acceptation généralisée d'installations de recyclage partout au Canada. Par contre, les consommateurs sont moins sûrs des avantages résultant de l'achat d'une maison construite avec des matériaux qui requièrent moins d'énergie à fabriquer ou qui se recyclent plus facilement.

% des répondants qui indiquent que la caractéristique influerait sur leur décision d'achat	**Répartition**	**Caractéristique telle que décrite dans le sondage téléphonique**
91 %	53 % sans aucun doute 38 % probablement	Installations de compostage et de recyclage
76 %	43 % sans aucun doute 33 % probablement	Habitations construites sans avoir recours à du bois de forêts anciennes
72 %	30 % sans aucun doute 42 % probablement	Habitations qui comprennent des armoires et des menuiseries fabriquées à partir de bois d'arbres durablement cultivés
68 %	20 % sans aucun doute 48 % probablement	Habitations construites au moyen de matériaux qui requièrent moins d'énergie pour la fabrication et pour le recyclage

INTÉRÊT DES CONSOMMATEURS POUR LA UNIVERCITY

L'aménagement de la UniverCity a été décrit à tous les participants au sondage. On leur a ensuite demandé de tenir compte de l'emplacement et de toutes les autres caractéristiques et avantages découlant du projet, y compris les caractéristiques de la Maison saine qui ont été abordées plus tôt. Dans l'ensemble, 32 % des répondants ont mentionné qu'ils seraient intéressés à acheter un logement dans la UniverCity, tandis que 60 % ne l'étaient pas. Le dernier 7 % des répondants sont indécis.

On a également demandé aux répondants qui étaient intéressés à acheter un logement dans la UniverCity pourquoi ils choisiraient ce projet en particulier. Des 32 % de répondants intéressés, 60 % ont mentionné l'emplacement, 30 % aiment la proximité du projet à la Simon Fraser University et 20 % sont attirés par l'environnement sain et les espaces verts. Il est remarquable que les caractéristiques de la Maison saine présentes dans l'ensemble UniverCity n'intéressent que 10 % de tous les acheteurs potentiels qui ont exprimé un intérêt pour l'aménagement.

Environ 20 % de tous les acheteurs potentiels dans le district régional de Vancouver seraient intéressés à la UniverCity en raison de son emplacement général, 10 % d'entre eux aiment sa proximité à la SFU, et 7 % parmi eux préfèrent l'environnement sain et les espaces verts. Environ 3 % des acheteurs dans le GVRD seraient intéressés à la UniverCity en raison de ses caractéristiques de Maison saine.

DISPOSITION À PAYER DAVANTAGE POUR UNE HABITATION COMPORTANT DES CARACTÉRISTIQUES DE LA MAISON SAINE

Le sondage avait comme objectif important de découvrir si les consommateurs du district régional de Vancouver étaient disposés à payer davantage pour une habitation dotée de caractéristiques de la Maison saine. Les résultats suggèrent qu'un créneau d'acheteurs intéressés à acheter un logement dans un collectif d'habitation dans la UniverCity seraient disposés à payer 6,5 % de plus que la valeur marchande pour un logement d'une chambre, 2,5 % de plus pour un logement de deux chambres (en raison d'une plus grande sensibilité aux prix) et 4,5 % de plus pour un logement de trois chambres. Les résultats sont résumés ci-dessous :

Disposition à payer davantage pour une maison saine (Créneau des acheteurs de Vancouver intéressés par la UniverCity

Logement	% au-dessus du prix du marché dont on est disposé à payer
1 chambre	6,5 %
2 chambres	2,5 %
3 chambres	4,5 %

STRATÉGIES DE COMMUNICATIONS ET DE MARKETING RECOMMANDÉES

- Lors de communications avec les acheteurs au sujet de la Maison saine, il faut mettre l'accent sur les caractéristiques reconnues pour engendrer des économies d'argent (par ex. celles liées à l'efficacité énergétique).
- Afin d'élargir l'intérêt pour les adaptations de logement et les habitations flexibles, il faut communiquer les possibilités d'économies découlant des adaptations, comme les appartements accessoires, ou la commodité du bureau à domicile dans une maison neuve.
- La diminution des places de stationnement (pour des raisons de durabilité de l'environnement) manque d'attrait universel, et pourrait faire fuir certains acheteurs potentiels. Cependant, les jeunes acheteurs sont plus réceptifs à cette stratégie. Bien que les projets d'aménagement écologiques pourraient toujours comprendre au moins un certain nombre de places de stationnement pour intéresser un marché de consommateur plus large, la réduction des places de stationnement souterraines engendre quand même des économies en coût de construction et pourrait amenuiser le coût de construction des logements dans les collectifs d'habitation au profit des acheteurs.
- Dans le cas d'aménagements comme la UniverCity, on devrait pratiquer une mise en marché fondée sur les caractéristiques les plus attrayantes de la Maison saine. Le matériel de promotion devrait mettre en lumière les économies à long terme, les avantages potentiels pour la santé et le faible coût additionnel (le cas échéant) de ces caractéristiques.

Directeur de projet à la SCHL : Norm Connolly, Principal, région de la C.-B. et du Yukon

Consultant : POLLARA, Strategic Public Opinion and Market Research

Recherche sur le logement à la SCHL

Aux termes de la partie IX de la *Loi nationale sur l'habitation*, le gouvernement du Canada verse des fonds à la SCHL afin de lui permettre de faire de la recherche sur les aspects socio-économiques et techniques du logement et des domaines connexes, et d'en publier et d'en diffuser les résultats.

Le présent feuillet documentaire fait partie d'une série visant à vous informer sur la nature et la portée du programme de recherche de la SCHL.

Pour consulter d'autres feuillets *Le Point en recherche* et pour prendre connaissance d'un large éventail de produits d'information, visitez notre site Web à

www.schl.ca

ou communiquez avec la

Société canadienne d'hypothèques et de logement
700, chemin de Montréal
Ottawa (Ontario)
K1A 0P7

Téléphone : 1 800 668-2642
Télécopieur : 1 800 245-9274

NOTRE ADRESSE SUR LE WEB : www.schl.ca

Bien que ce produit d'information se fonde sur les connaissances actuelles des experts en habitation, il n'a pour but que d'offrir des renseignements d'ordre général. Les lecteurs assument la responsabilité des mesures ou décisions prises sur la foi des renseignements contenus dans le présent ouvrage. Il revient aux lecteurs de consulter les ressources documentaires pertinentes et les spécialistes du domaine concerné afin de déterminer si, dans leur cas, les renseignements, les matériaux et les techniques sont sécuritaires et conviennent à leurs besoins. La SCHL se dégage de toute responsabilité relativement aux conséquences résultant de l'utilisation des renseignements, des matériaux et des techniques contenus dans le présent ouvrage.